



Monitoreo de Medios en elecciones locales

Caso Oaxaca

 @gmeixueiro

Gustavo Meixueiro

Agosto 2016

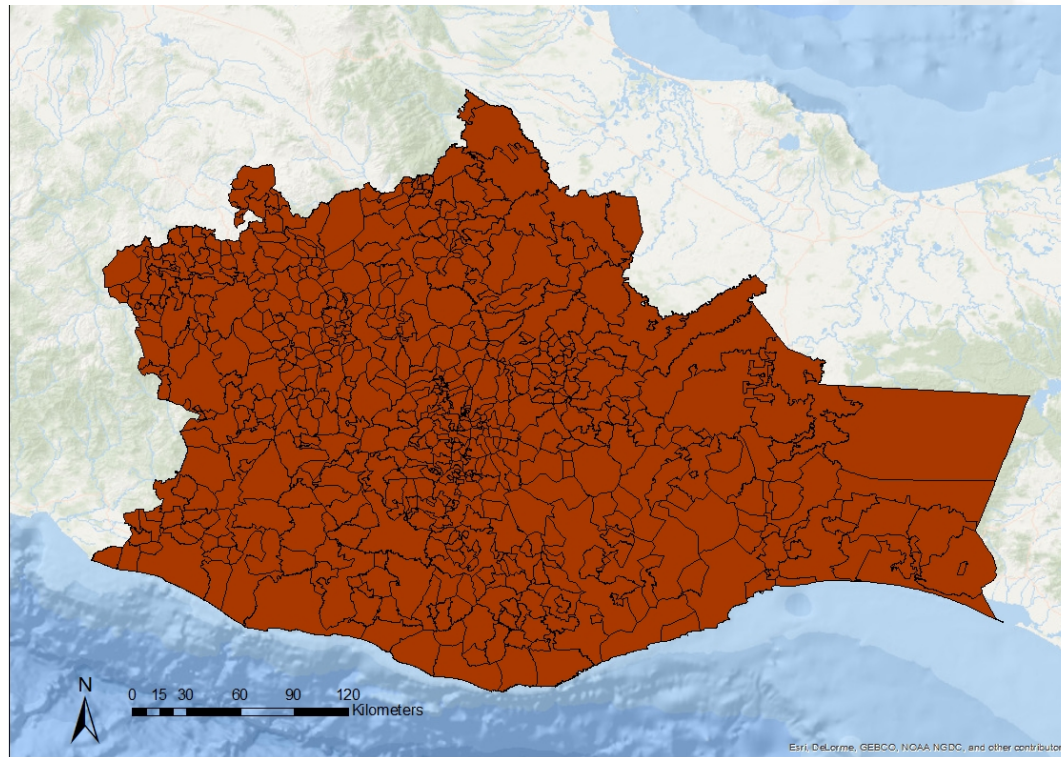
- Introducción
- Datos generales del monitoreo
- Campaña Negativa
- Cobertura por género
- Retos y áreas de oportunidad



INSTITUTO
ESTATAL ELECTORAL
y el Proceso Electoral
Código de Instituciones y Procedimientos Electorales



Introducción



- Habitantes: 3,967,889
- Lista Nominal: 2,614,375

Oaxaca

- % con aparato para oír la radio: 59.2
- % con televisión: 74.1
- % con internet: 13.6

Promedio Nacional

- % con aparato para oír la radio: 73.2
- % con televisión: 93.0
- % con internet: 32.4

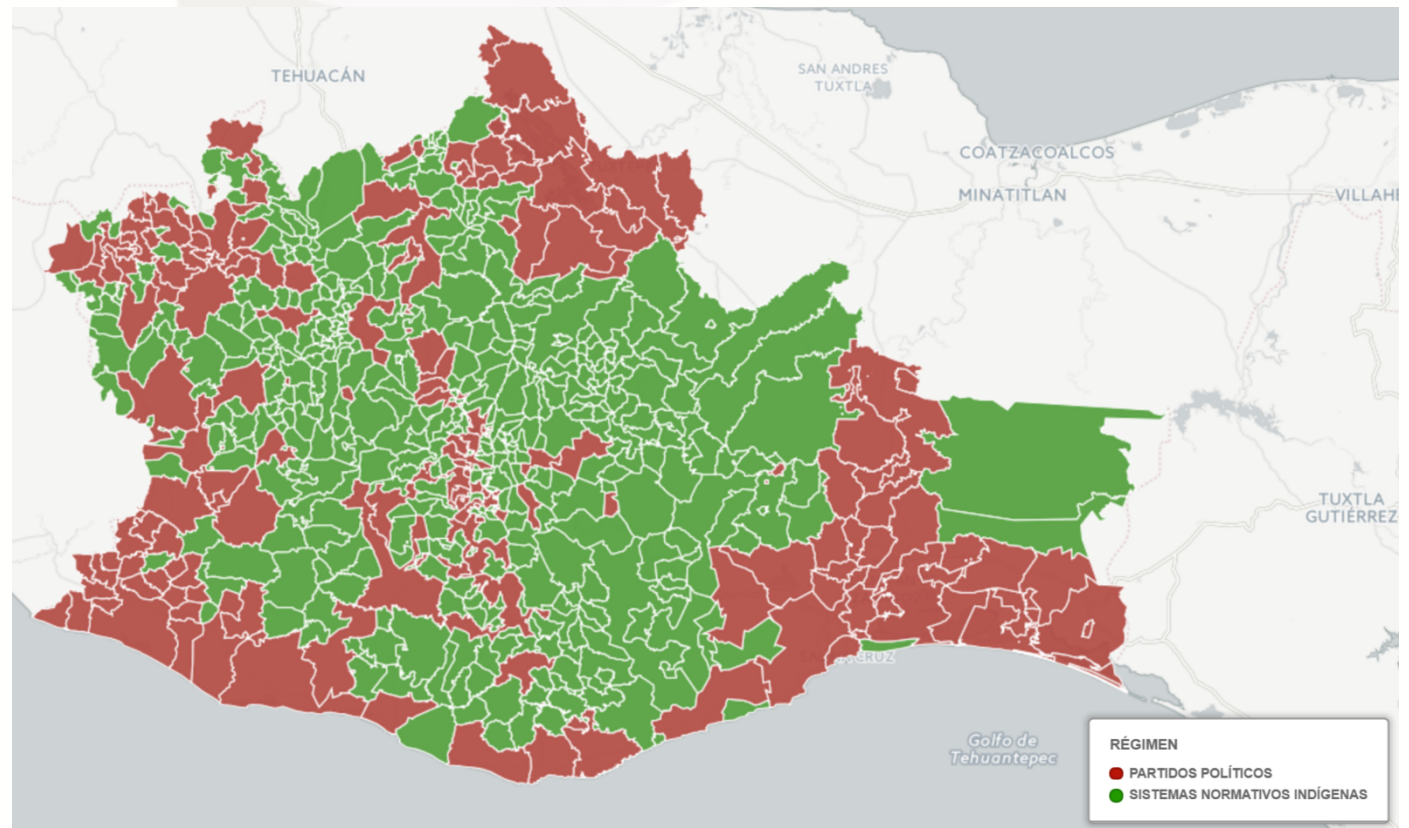
Renovación de cargos

Proceso Electoral Ordinario 2015-2016



El 5 de junio se eligieron:

- 1 Gobernador
- 42 Diputaciones (25 MR y 17 RP)
- 153 Ayuntamientos por partidos políticos



Objetivo del monitoreo de Medios



- El monitoreo de medios adquiere especial relevancia a partir del nuevo modelo de comunicación política implementado con la reforma electoral de 2008 en la que el IFE, ahora INE, adquirió la responsabilidad en la distribución del tiempo de radio y televisión.
- El análisis de la cobertura de medios durante los procesos electorales se ha convertido en una tarea importante para los órganos que se encargan de realizar las elecciones.
- En los sistemas democráticos, los medios de comunicación juegan un papel muy importante y tienen una enorme responsabilidad ya que son la principal fuente de información de la ciudadanía.
- El monitoreo permite hacer un diagnóstico del comportamiento de los medios de comunicación.

Etapas del monitoreo de medios

1. **Sintonización** del espacio noticioso.
2. **Grabación** del espacio noticioso.
3. **Compartir** audios a la plataforma web.
4. **Monitoreo** en espacio noticioso.
5. **Captura** de los datos con base en la metodología.
6. **Análisis** y creación de graficas.
7. **Entrega** de informe al órgano local electoral



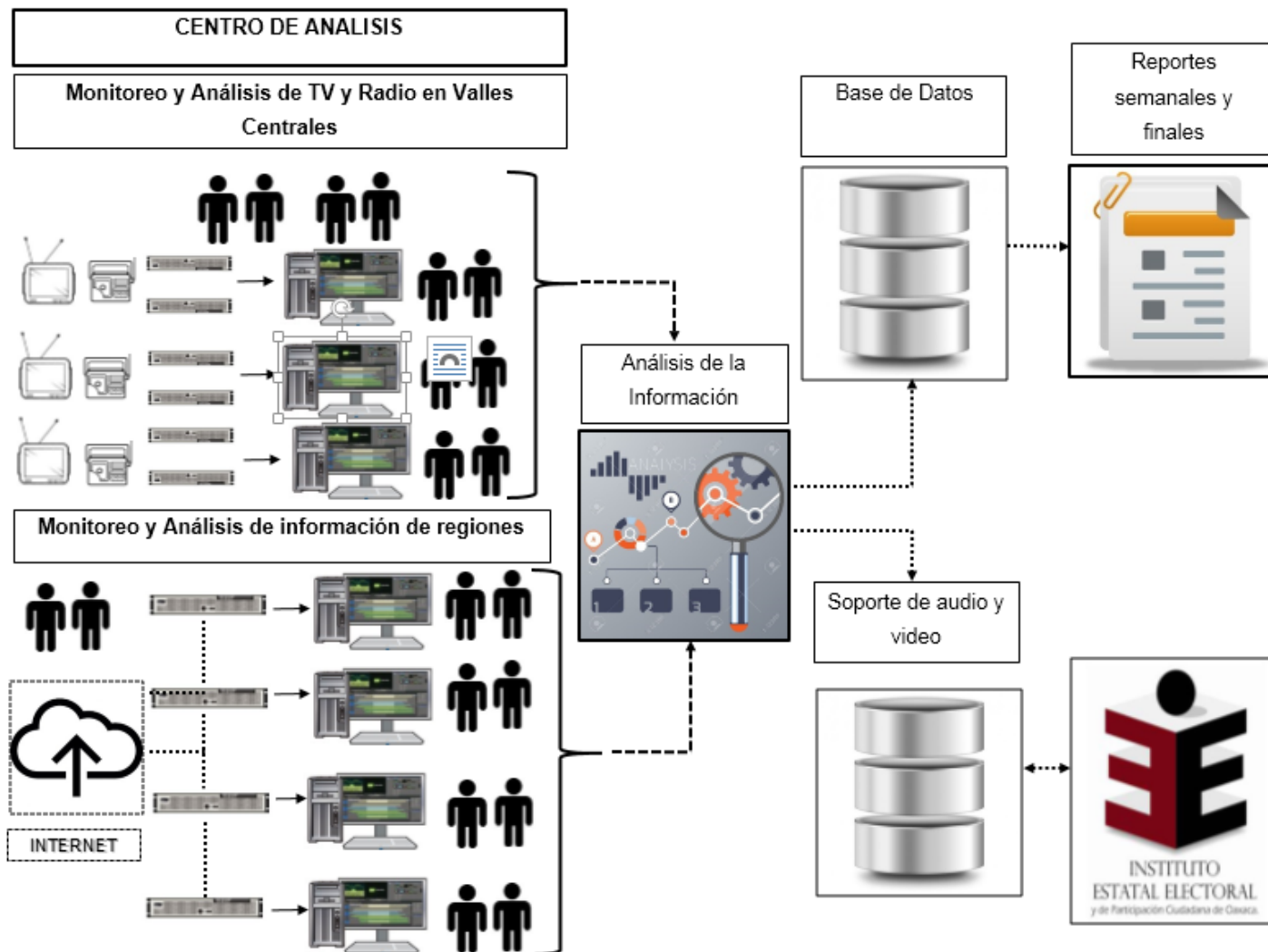
Etapas del monitoreo de medios

ETAPAS DEL MONITOREO DE MEDIOS

-  1 Sintonización del espacio noticioso.
-  2 Grabación del espacio noticioso.
-  3 Compartir audios a la plataforma web.
-  4 Monitoreo en espacio noticioso.
-  5 Captura de los datos con base en la metodología.
-  6 Análisis y creación de gráficas.
-  7 Entrega del informe al órgano local electoral.

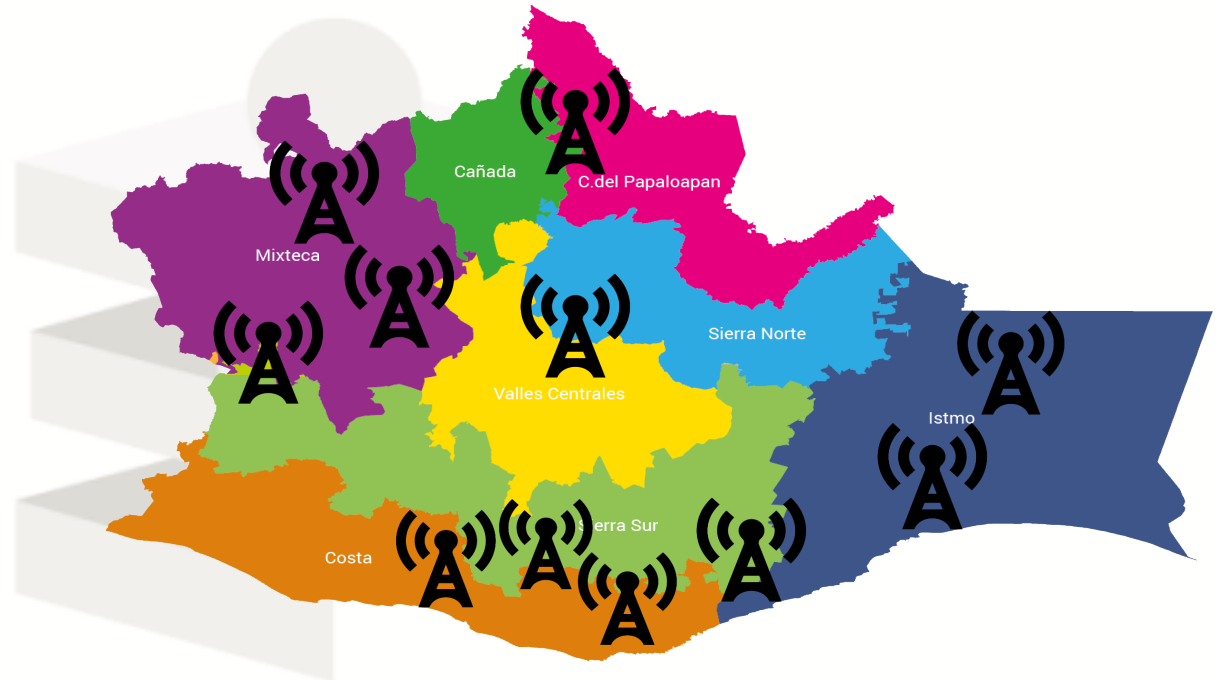


Flujo de información para su análisis



¿Cómo se realizó el monitoreo en Oaxaca?

- San Juan Bautista Tuxtepec.
- Oaxaca de Juárez.
- Barrio Lagunas.
- Salina Cruz.
- Santa María Huatulco.
- Puerto Ángel.
- San Pedro Pochutla.
- Puerto Escondido.
- Putla de Guerrero.
- Santa María Asunción Tlaxiaco.
- Huajuapán de León.



Se instalaron **11 estaciones de sintonización y grabación** en el interior del estado, donde se transmitía la información al centro de análisis ubicado en la capital.



INSTITUTO
ESTATAL ELECTORAL
y el Proceso Electoral
Código Federal de Procedimientos Electorales
Código de Procedimientos Electorales



Datos generales del monitoreo

- **Medios de comunicación monitoreados:**

Estaciones de radio y canales de televisión incluidos en el catálogo del INE

(se realizó una depuración de las estaciones ya que en muchos casos eran repetidoras de señal o aparecían con diferentes nombres en las regiones del estado pero era el mismo contenido)

- **Elecciones a las que se les dio seguimiento:**

Gobernador, Diputaciones y Concejales

- **Periodos analizados:**

Del 23 de febrero al 5 de junio de 2016. Precampañas, Intercampañas, Campañas, Periodo de reflexión y Día de la jornada.

- **Tiempo total del monitoreo:** 6,568 horas de radio y televisión

Variables incluidas en el monitoreo

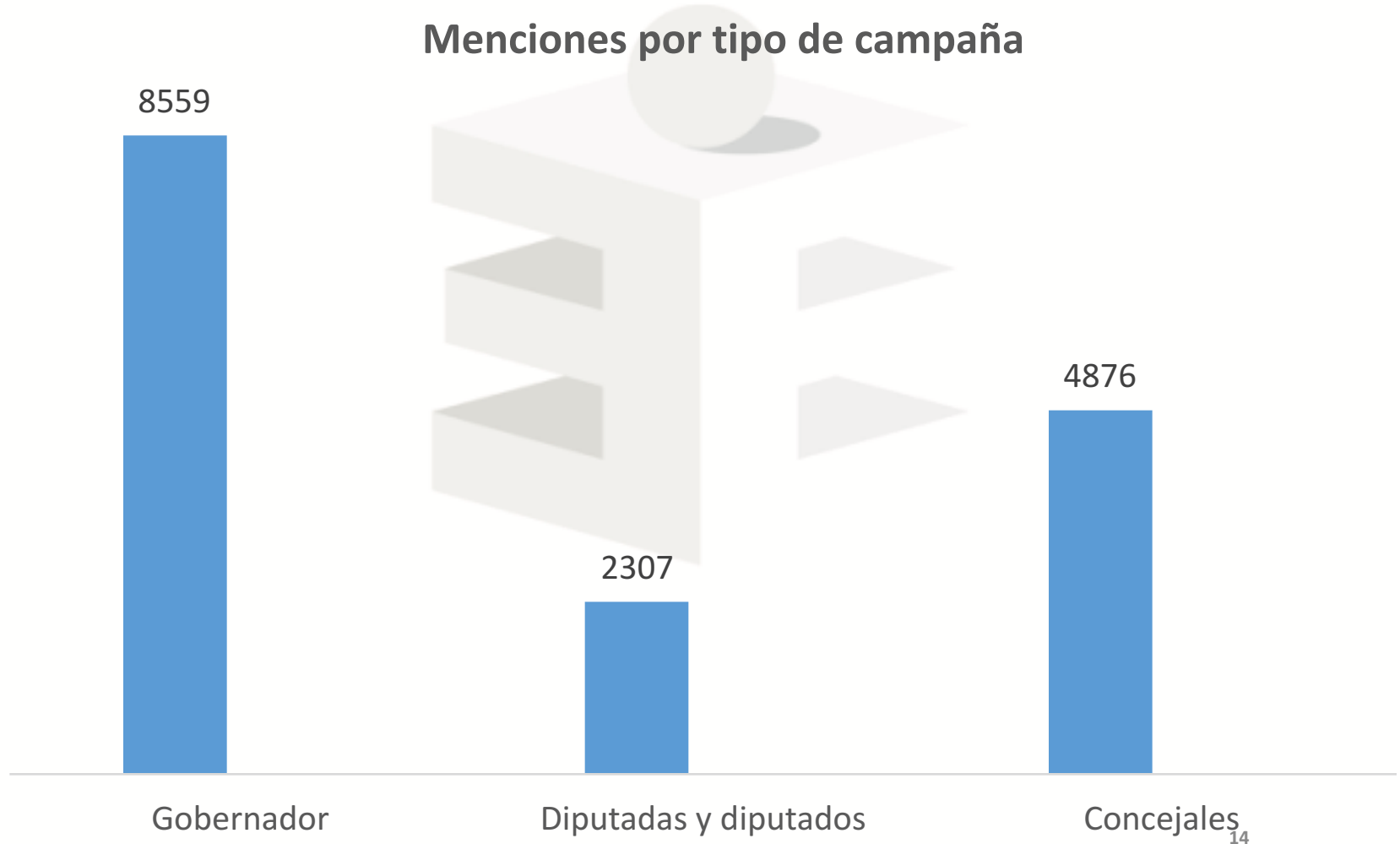
- I. Tiempo de transmisión
- II. Género periodístico
- III. Valoración de la información
- IV. Recursos técnicos utilizados
- V. Jerarquización de la noticia
- VI. Encuestas electorales

Total de horas de espacios noticioso dedicado por campaña



Total de menciones: 15,742

Menciones por tipo de campaña



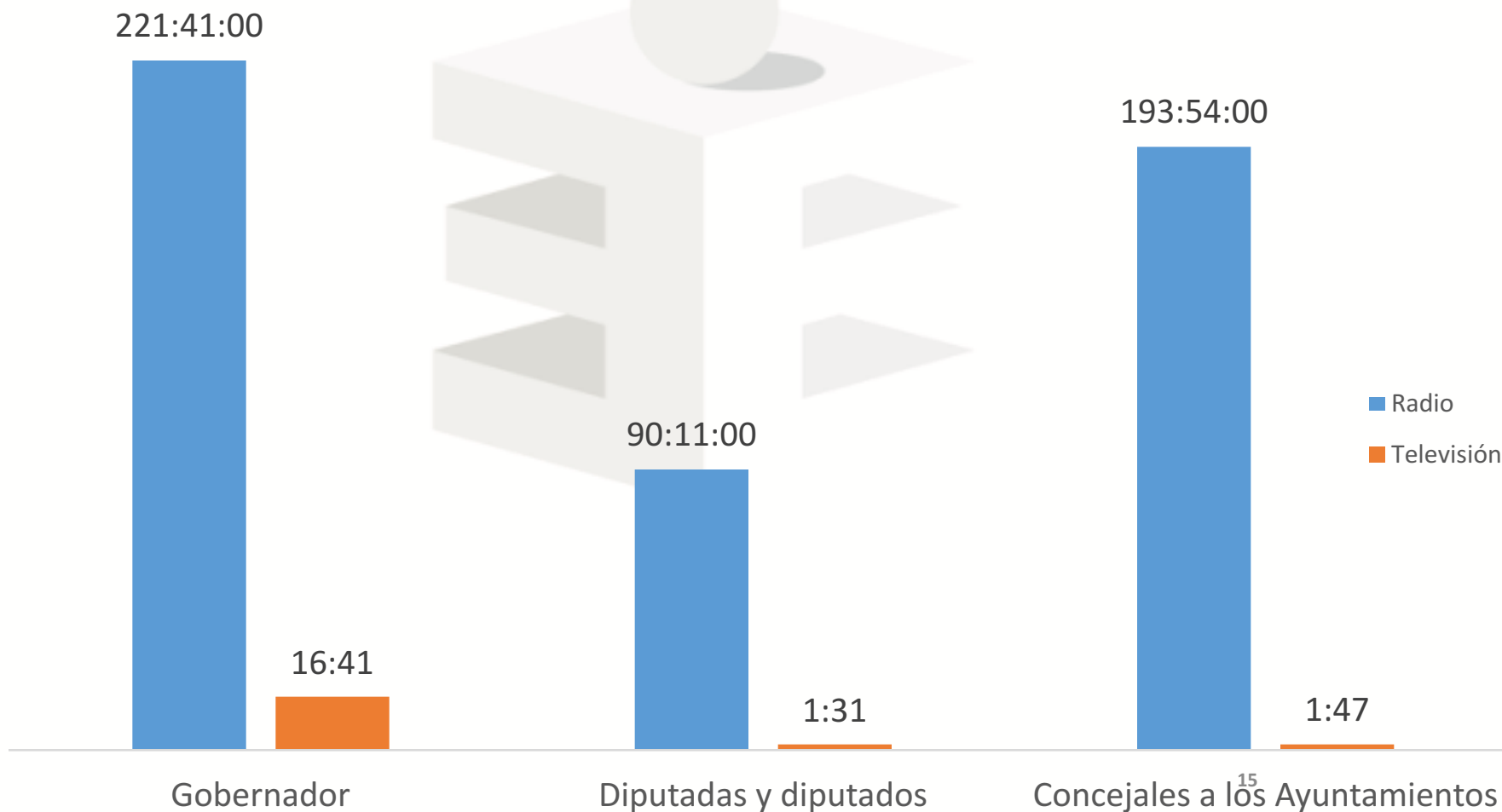
Tiempo en espacios noticiosos por campaña



Total radio: **505:46**

Total Tv: **19:59**

Tiempo por tipo de medio y campaña



■ Radio
■ Televisión

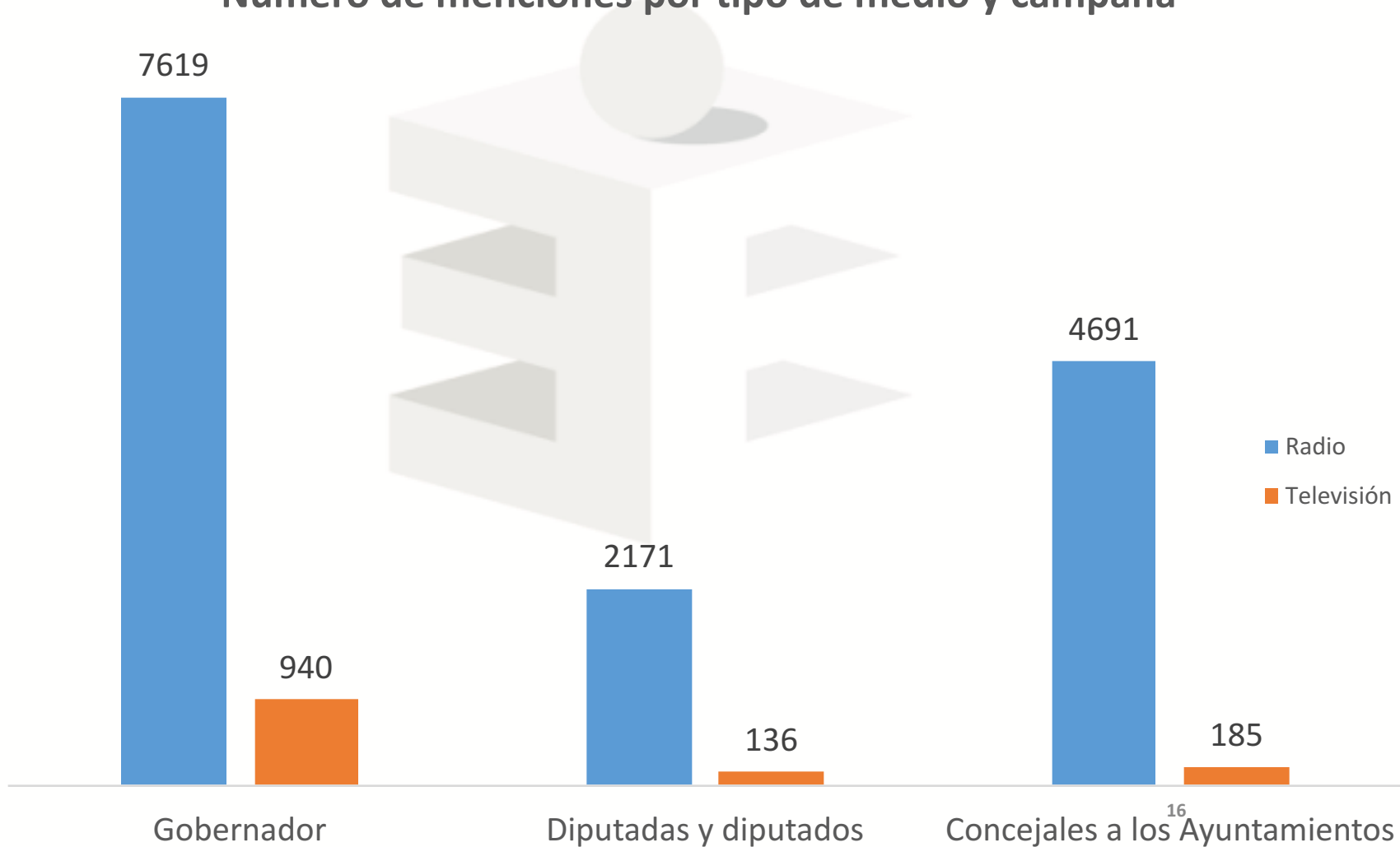
Menciones en medio



Total radio: **14,481**

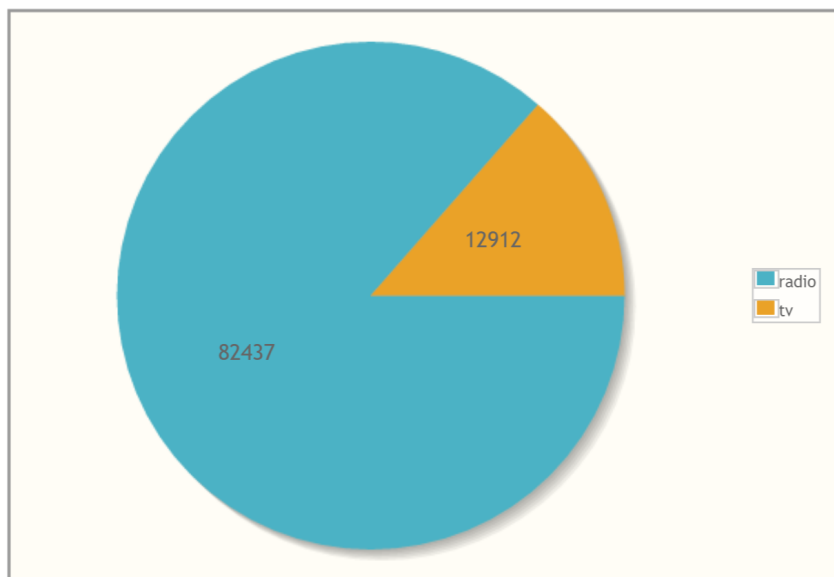
Total Tv: **1,261**

Número de menciones por tipo de medio y campaña

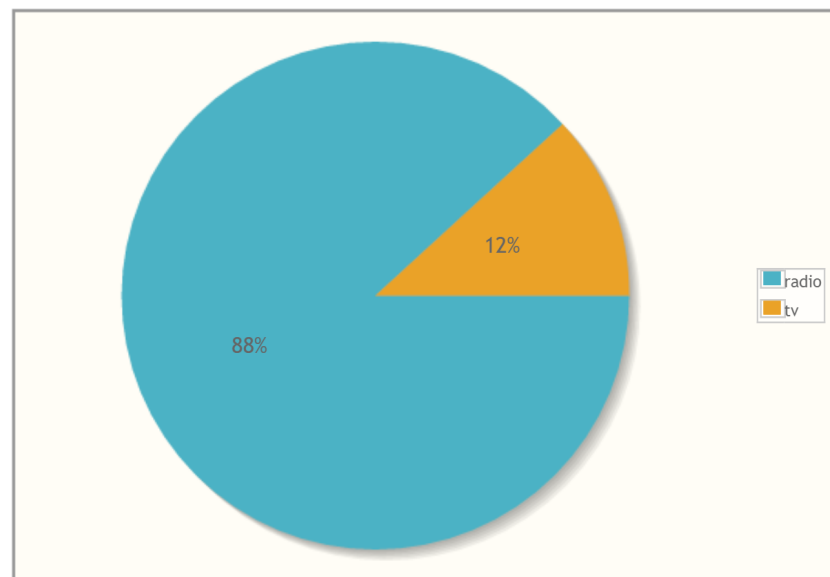


Menciones en medios (Elecciones federales 2015)

Piezas de monitoreo totales en medios



Porcentaje de tiempo total en medios



- En el Proceso Electoral 2015-2016 en Oaxaca, 238 horas y 34 minutos se dedicaron a la campaña de gobernador en los medios monitoreados (radio y televisión). En total, se hicieron 8,559 menciones sobre tema.
- Sobre las campañas de las y los candidatos a diputados se contabilizaron 91 horas con 43 minutos en las que se discutió el tema. En total, 2,307 menciones fueron registradas.
- En el periodo monitoreado se realizaron 4,876 menciones sobre las y los candidatos o sobre los partidos políticos en la campaña a concejales a los ayuntamientos. Esto en total representa 195 horas con 42 minutos.

Radio vs Televisión

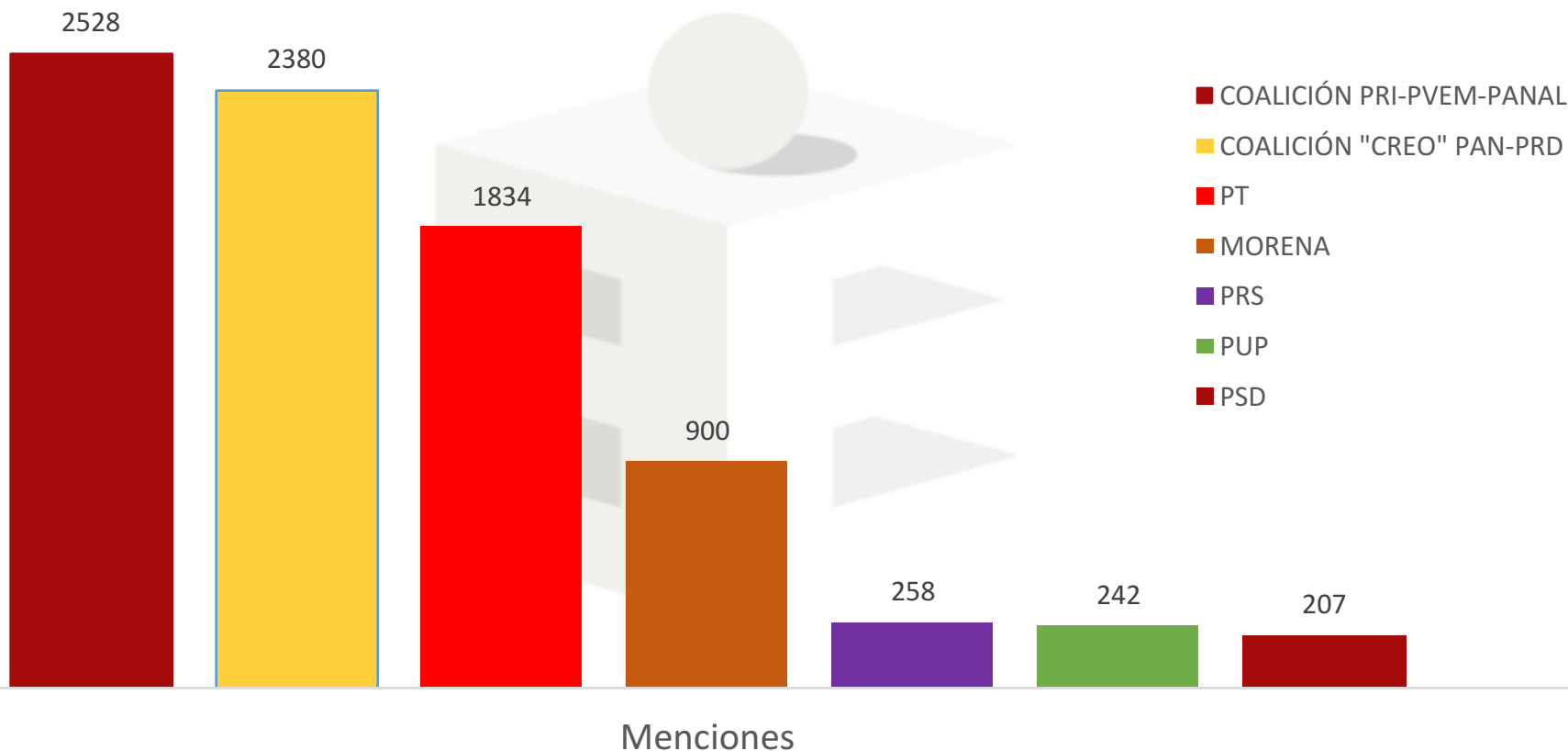


- En el caso de Oaxaca, es claro que la discusión y debate de los temas de la campaña local se lleva a cabo principalmente en la radio.
- Sin embargo, mientras que el 7% de las menciones de la campaña de gobernador se realizaron en televisión, para diputados este porcentaje es de 1.7% y para concejales de 0.9%. Es decir, en la elección de gobernador la televisión tuvo un papel más importante que en las campañas de diputados y de concejales.

Cobertura por candidatos

Se muestran algunas de las variables más relevantes de la campaña para gobernador; los datos también están disponibles para los cargos de diputaciones y concejales.

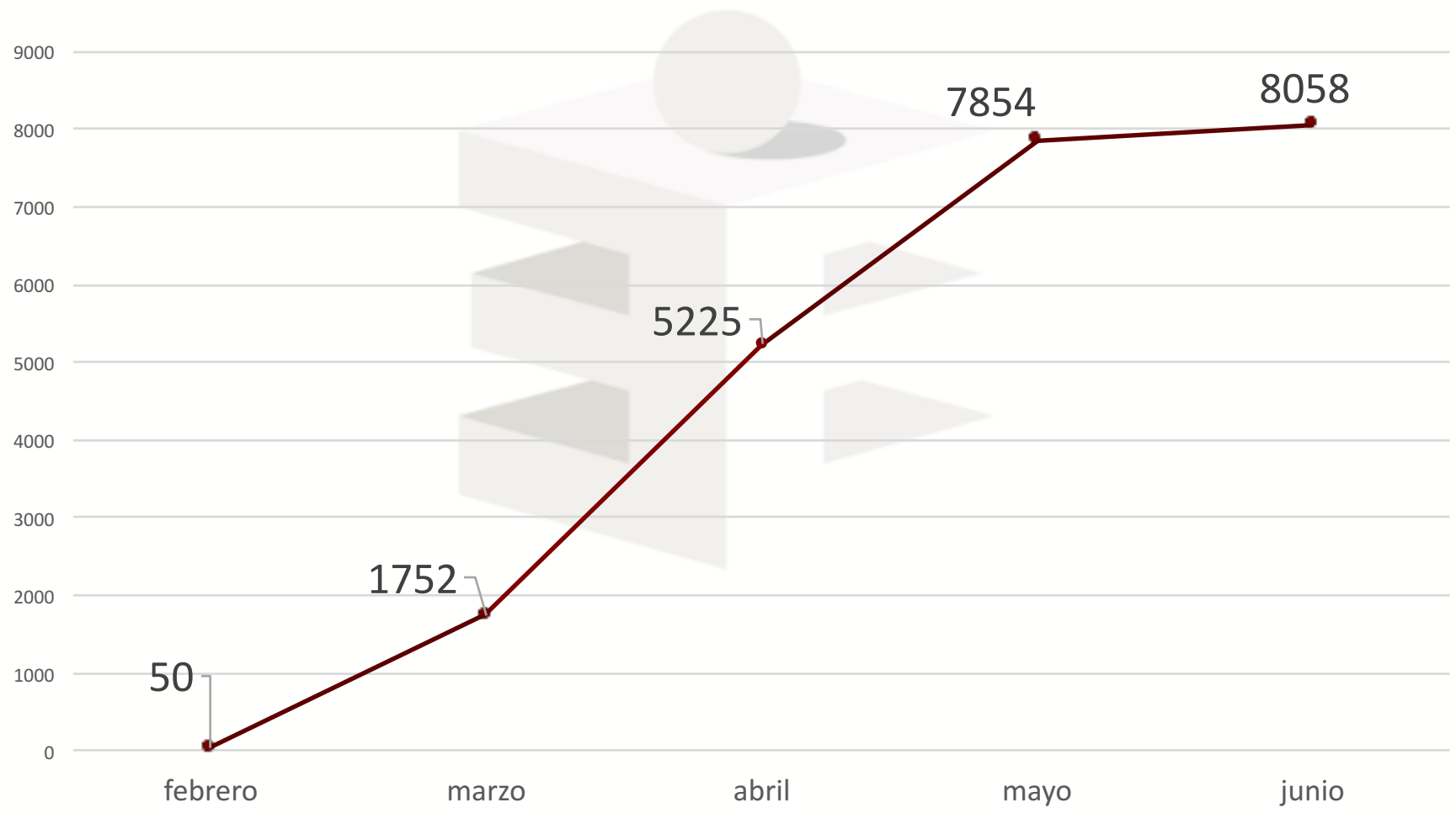
Menciones por candidato



Contabiliza las menciones en radio y televisión que se hicieron del candidato, del partido o partidos por el que compite y en su caso de las coaliciones.

- Se puede observar que en los medios fueron mencionados en mayor medida cuatro de los siete candidatos a la gubernatura, especialmente los dos punteros. Coalición PRI-PVEM-PANAL y Coalición "CREO" PAN-PRD.
- En tanto, los candidatos a Gobernador de partidos locales, PRS, PUP y PSD, tuvieron menos menciones durante el Proceso Electoral

Menciones por mes de monitoreo



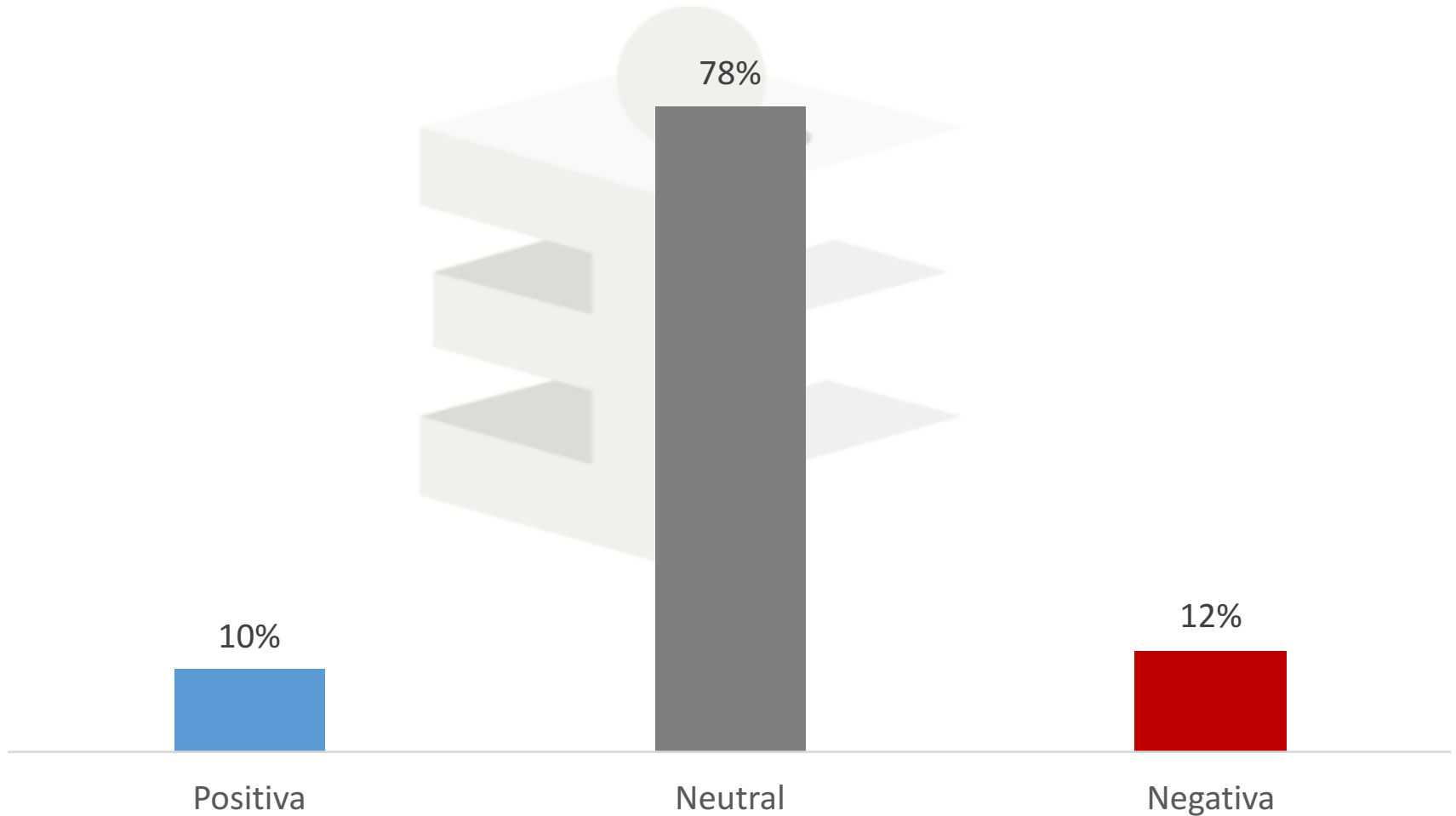


INSTITUTO
ESTATAL ELECTORAL
y Proceso Electoral
Cajonera, Puebla y San Marcos

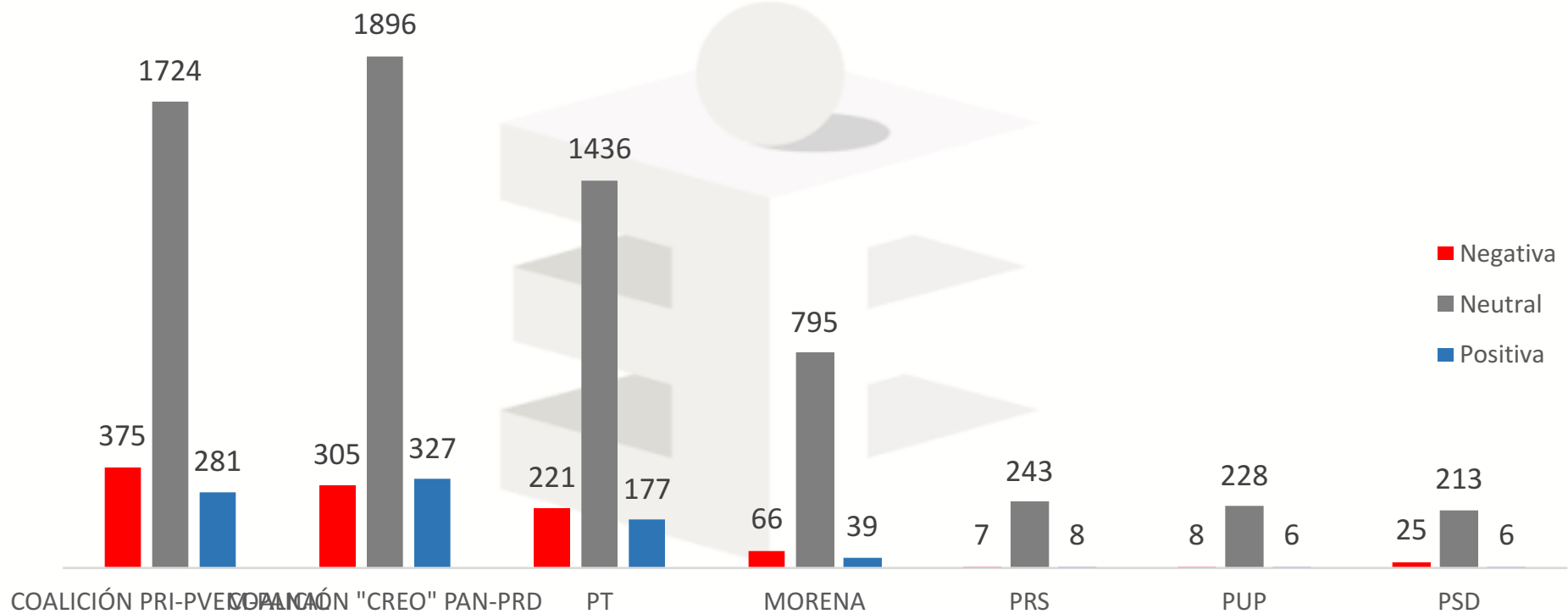


Campañas negativas

Valoración de la información



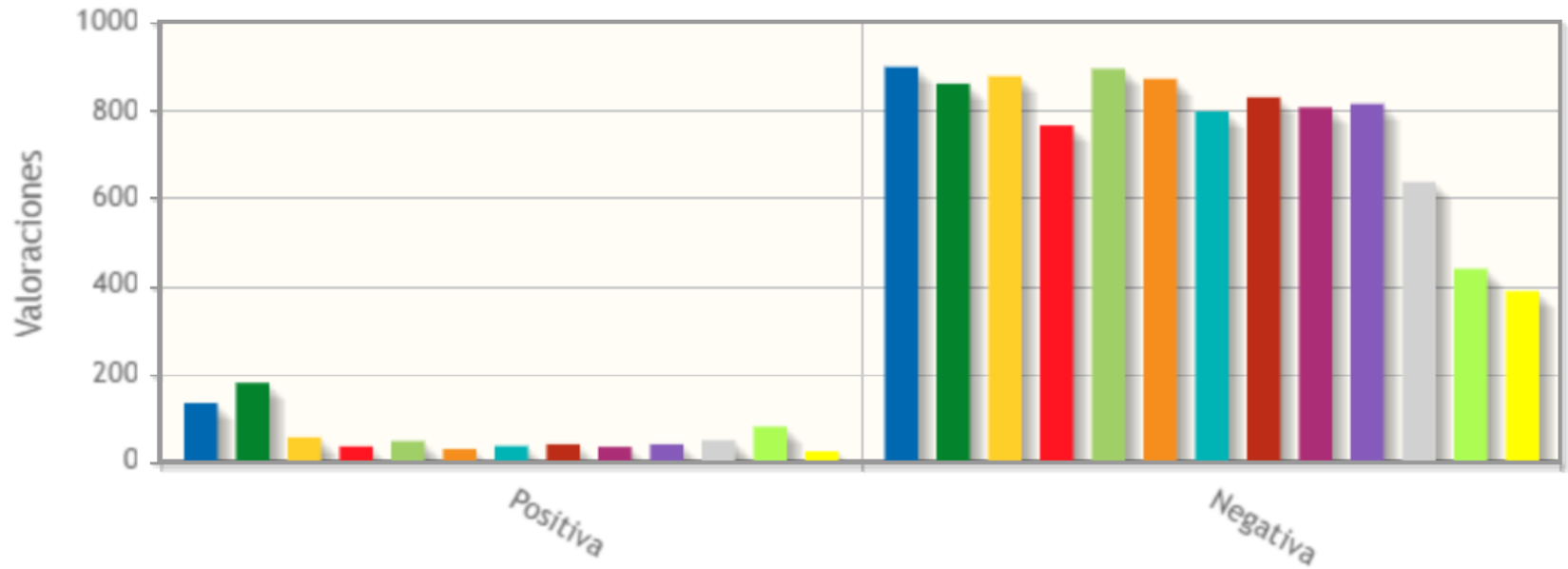
Valoración de la información



Contabiliza las menciones en radio y televisión que se hicieron del candidato, del partido o partidos por el que compite y en su caso de las coaliciones.

Campaña Negativa (Elección federal 2015)

12 Tipo de valoración (Radio y TV) Periodo del 25-may-2015 al 03-jun-2015 (Piezas: 10604)



- Durante, las campañas locales que se llevaron a cabo este año, hubo señalamientos de que hubo una intensa campaña negativa. Esta percepción no se ve reflejada en los datos generales del monitoreo, en los que se observa que la información fue principalmente neutral (78%). Sólo 12% del total de la información fue valorada como negativa y 10% como positiva. Especialmente si se compara con la elección federal de 2015, se puede observar que la proporción de notas negativas es bastante cercana a la positivas.
- Tampoco se identifica un objetivo de la campaña negativa, ya que las menciones negativas están distribuidas entre varios candidatos.



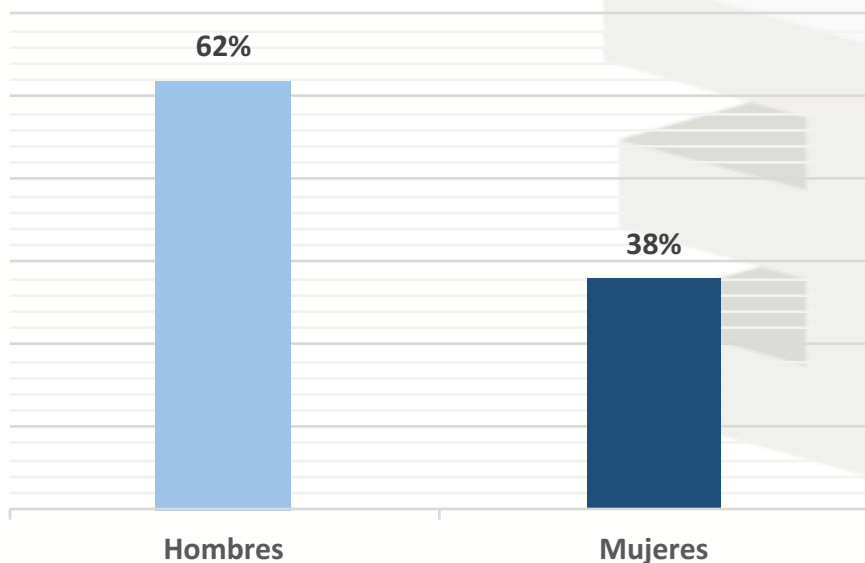
Género

Cobertura por género



RADIO

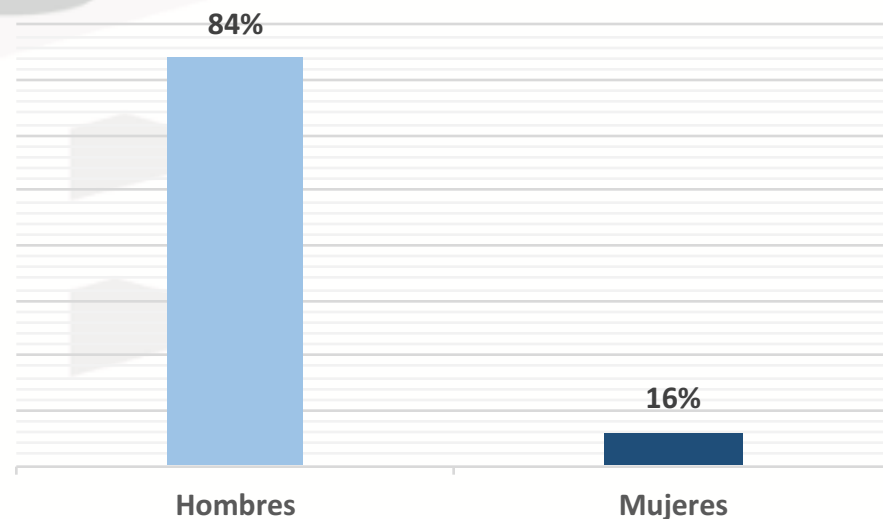
Diputaciones



(15 de febrero al 5 de junio de 2016)

Total: 78 horas, 18 minutos, 4 segundos
Hombre: 48 horas, 53 minutos, 9 segundos
Mujer: 29 horas, 24 minutos, 55 segundos

Concejales



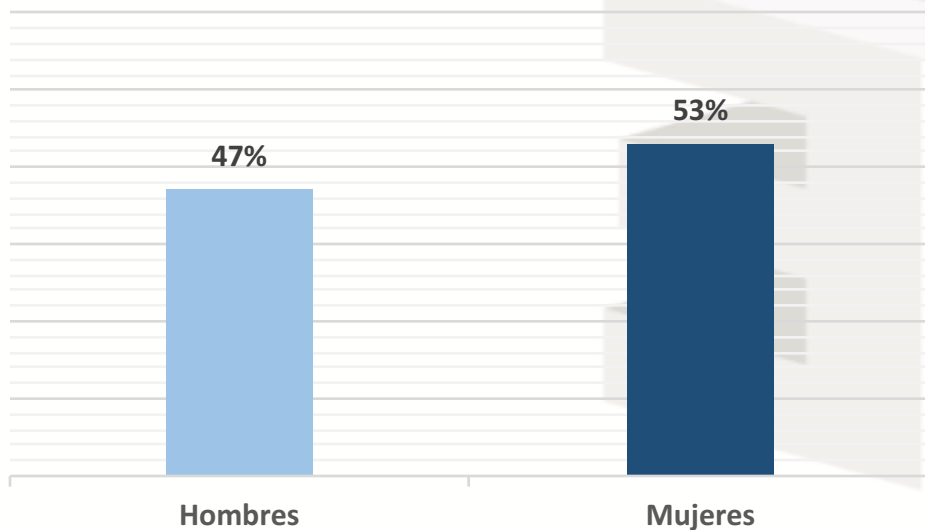
(23 de febrero al 5 de junio de 2016)

Total: 170 horas, 1 minuto, 55 segundos
Hombre: 142 horas, 57 minutos, 26 segundos
Mujer: 27 horas, 4 minutos, 29 segundos

Cobertura por género

TELEVISIÓN

Diputaciones



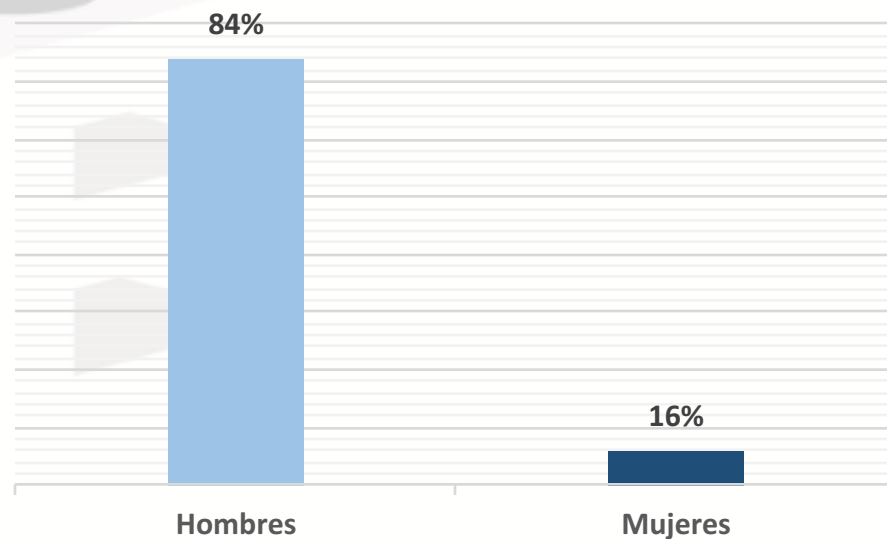
(15 de febrero al 5 de junio de 2016)

Total: 46 minutos, 29 segundos

Hombre: 21 minutos, 39 segundos

Mujer: 24 minutos, 50 segundos

Concejales



(23 de febrero al 5 de junio de 2016)

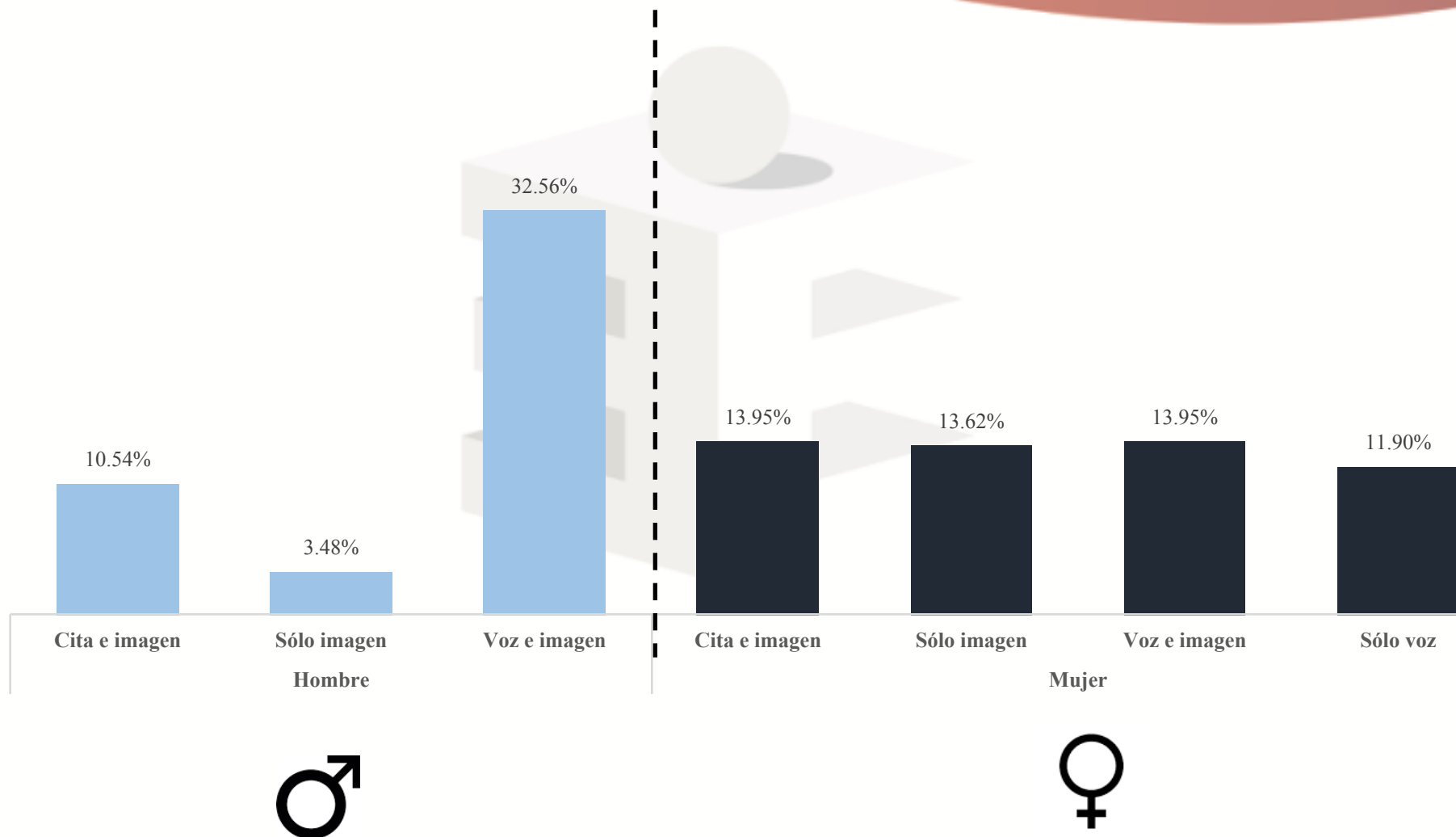
Total: 1 hora, 22 minutos, 10 segundos

Hombre: 1 hora, 9 minutos, 4 segundos

Mujer: 13 minutos, 6 segundos

Recursos técnicos utilizados Diputaciones

TELEVISIÓN



- Datos del monitoreo en radio y tv muestran que hubo una menor cobertura en radio para las mujeres candidatas respecto de los hombres que participaron en la contienda, tanto para el cargo de diputaciones como para concejales. Esto pese a que fue un número paritario de candidatas y candidatos.
- Donde observamos mayor sesgo es en la cobertura que se dio tanto de espacios en radio como de televisión a las mujeres que participaron como actores políticos en el caso de Concejales.
- En cuanto a los recursos utilizados, en la televisión se usó más presentar la imagen en las mujeres candidatas a alguna diputación 13.62%, respecto de los hombres 3.48%
- Por otro lado, los espacios de televisión usaron mucho más el recurso de voz del reportero acompañado de la declaración del candidato en hombres (32.5%), respecto de las mujeres (13.6%)

Productos Generados



Informes Monitoreo Oaxaca

	PRECAMPAÑA		INTERCAMPAÑA		CAMPAÑA		PERIODO DE REFLEXIÓN	DÍA DE LA JORNADA	INFORME GLOBAL
	INFORME SEMANAL	INFORME GENERAL	INFORME SEMANAL	INFORME GENERAL	INFORME SEMANAL	INFORME GENERAL			
GOBERNADOR	1	1	5	2	8	1	1	1	1
DIPUTADOS	3	1	4	2	5	1	1	0	1
CONCEJALES	2	1	5	2	4	1	1	1	1
TOTAL	6	3	14	6	17	3	3	2	3
TOTAL DE INFORMES PRESENTADOS	57								



Retos y áreas de oportunidad

- Durante el Proceso Electoral Ordinario 2015-2016 se generaron un total de 57 Reportes de Monitoreo.
- La ciudadanía puede consultar la información por periodo, tipo de elección, medio, actor político, partido o género.
- Se crearon tres informes globales uno para cada cargo de elección que concentra la información analizada en todos los periodos, por lo que representa una fuente importante de datos que se pueden consular.

- Pensar en nuevas variables que nos permitan tener mejores datos.
- Buscar que las personas que se encarguen de realizar el monitoreo se encuentren perfectamente capacitadas para clasificar la información, para distinguir por ejemplo los juicios de valor.
- Incentivar que la ciudadanía, partidos políticos, representantes pero además los propios medios consulten los datos para que evalúen el desempeño de estas fuentes de información.
- Hacer del monitoreo de medios una actividad profesional y que representa una fuente invaluable de información.
- Adicionalmente el monitoreo puede ser una herramienta para localizar casos de violencia política en contra de las mujeres.

Gracias

Gustavo Meixueiro Nájera

www.ieepco.org.mx



[@gmeixueiro](https://twitter.com/gmeixueiro)